

J. T. AUER 原著 商業周刊 翻譯

推銷是做生意的手法中，最具挑戰的方式，也是最易被人誤解、甚至看輕的專業；本書作者放棄工程師生涯，在人生中途轉任推銷員，不但達成原始目標「賺更多錢」，更在推銷行業中開創一片天地。

推銷最樂

The Joy Of Selling

——一本關於概念、機會與不斷創新的書



商業周刊／翻譯

推銷最樂

J. T. AUER／原著

奧爾

推銷最樂/ J. T. Auer原著；商業周刊翻譯。

-- 初版 -- 臺北市：商周文化發行：〔臺北縣新店市〕：農學社總經銷，民82

面： 公分 -- (商業周刊叢書；25)

譯自： The joy of selling

ISBN 957-9002-50-9(平裝)

1. 銷售

496.5

82000176

商業周刊叢書②⑤

推銷最樂

原 著 / J. T. AUER

譯 者 / 商業周刊

責任編輯 / 柯淑芬

發行人 / 金惟純

發行所 / 商周文化事業股份有限公司

社 址 / 臺北市敦化南路二段 99 號 27 樓B區

郵 撥 / 1173141-9 商周文化事業股份有限公司

電 話 / (02) 701-8088

印 刷 / 鴻柏印刷事業有限公司

地 址 / 台北市汀州路三段 184 號 6 樓之 6

電 話 / (02) 365-5808

總 經 銷 / 農學社

原著書名 / The Joy of Selling,

Copyright©1989 J. T. AUER,

Chinese language publishing rights arranged with
Stoddart Publishing through Big Apple Tuttle-
Mori Agency, Inc.

Chinese language copyright © 1993

Business Weekly

□ 1993 年 (民 82) 2 月 1 日初版

本書國際中文版權經 J. T. AUER

版權代理人 大蘋果股份有限公司正式授權

行政院新聞局局版臺業字第 4081 號

售價 / 160 元

版權所有・翻印必究

ISBN 957-9002-50-9 (原版 ISBN: 0-7737-5204-8)

喬周叢書系列

1. 公關手冊
2. 趨勢報告
3. 投資手冊
5. 證券投資策略
6. 資料活用術 (上)
7. 資料活用術 (下)
8. 教育訓練手冊
9. 國際人安全手冊
10. 顧客消費資料製作法
11. 解讀公司數字
12. 廣告企畫法
13. 你適合白手起家嗎?
14. 事業經營企畫書
15. 你不知道的心理領導術
16. 向危機挑戰
17. 臺灣諺語的管理智慧
18. 公平交易法 Q & A • 範例 100
19. 成功商品開發法
20. Catalog
21. 文案自動販賣機
22. 為你的公司做好公關
23. 成功錦囊
24. 傑出精粹

作者簡介

J.T.Auer

在四十歲之前，奧爾（J.T.Auer）一直是一位稱職、成功的機械工程師，他卻毅然遽改人生，加入推銷員行列，他抱持的目標只有一個——在五十歲生日前變成富翁。他做到了。

奧爾說，成功推銷不只是靠運氣、決心或勤奮就辦得到。想要做成功的推銷員，正確的觀念，創造機會反而是必要的，而不斷回到原點，重新學習新的推銷技巧，更是維持常勝的不二法門。奧爾不僅說明推銷必勝的技巧，還重新思考推銷這個行業的價值。

奧爾1929年生於布達佩斯，現為加拿大公民，本書在北美地區印行超過10萬份。

封面構成／

陳永基設計有限公司

(02) 766-7136

商業周刊叢書

②5 推銷最樂

推銷最樂/ J. T. Auer原著；商業周刊翻譯。

-- 初版 -- 臺北市：商周文化發行：〔臺北縣新店市〕：農學社總經銷，民82

面： 公分 -- (商業周刊叢書；25)

譯自： The joy of selling

ISBN 957-9002-50-9(平裝)

1. 銷售

496.5

82000176

商業周刊叢書②⑤

推銷最樂

原 著 / J. T. AUER

譯 者 / 商業周刊

責任編輯 / 柯淑芬

發行人 / 金惟純

發行所 / 商周文化事業股份有限公司

社 址 / 臺北市敦化南路二段 99 號 27 樓B區

郵 撥 / 1173141-9 商周文化事業股份有限公司

電 話 / (02) 701-8088

印 刷 / 鴻柏印刷事業有限公司

地 址 / 台北市汀州路三段 184 號 6 樓之 6

電 話 / (02) 365-5808

總 經 銷 / 農學社

原著書名 / The Joy of Selling,

Copyright©1989 J. T. AUER,

Chinese language publishing rights arranged with
Stoddart Publishing through Big Apple Tuttle-
Mori Agency, Inc.

Chinese language copyright © 1993

Business Weekly

□ 1993 年 (民 82) 2 月 1 日初版

本書國際中文版權經 J. T. AUER

版權代理人 大蘋果股份有限公司正式授權

行政院新聞局局版臺業字第 4081 號

售價 / 160 元

版權所有・翻印必究

ISBN 957-9002-50-9 (原版 ISBN: 0-7737-5204-8)

F 713.3

2A 347

商業周刊／翻譯

推銷最樂

J. T. AUER／原著

奧爾

《商業周刊叢書》出版的話

變局・解釋・挑戰

詹宏志

《商業周刊》顧問

●變局●

「台灣真的變了。」一位去國多年的歸鄉遊子喟然而嘆。

我們坐在午後的咖啡座裡，咖啡店是集前衛與庸俗於一身的雅痞式裝潢。落地窗望出去，車如流水，店招耀眼，路人行色匆匆，金屬光澤的商業大樓巍然矗立。桌面上，一份報紙的標題寫著：立法院又現風暴、股市再開紅盤、美商即將來台投資大型商場、農民包圍工廠抗議污染……。「台灣真的變了。」這位曾經年輕、熱情、叛逆、如今落籍異邦的中年人聲音有點暗啞，冰水杯上一滴滴淚水彷彿是他落漠的心情。

台灣變了，不只是他感覺到了，我們身居台灣的人更覺得台灣的變像是錄影畫面快速前進，無從捉摸，無法看清。變，它變得更好，也變得更壞；變得更擁擠，也變得更疏遠；變得更民主，也變得更衝突；變得更富饒，也變得更貧乏；變得更有希望，也變得令人不安，……到處有新事物，到處有怪現象。這就是那位歸鄉遊子以及我們眼中所見的台灣。

●解釋●

在變局裡，「解釋」成為最大的飢渴。台灣會怎麼樣？世界會怎麼樣？經濟會怎麼樣？國民黨會怎麼樣？中美關係會怎麼樣？大陸政策會怎麼樣？勞工意識會怎麼樣？環境意識會怎麼樣？資本市場會怎麼樣？房地產會怎麼樣？我會怎麼樣？我的子女會怎麼樣？

人人忙著問，媒體（以及媒體舞台上的學者專家）則忙著回答。每個人並不以一個答案為己足，每個人都想多搜集幾個答案來安枕；甚至同時問很多神明，確保有一家天堂可去。

在資訊之海的迷航中，我和其他幾十位朋友共同創辦了《商業周刊》，我們也開始提出對社會變局的解釋，也增加了更多的噪音。

這些朋友和我，大都是在專業新聞工作上歷練了多年；我們大概是嫺熟的職業資訊人員，但都有著一些不滿意（對台灣原有媒介工作方式、態度、成績的不滿意）。——我們得知雜誌是難為的，專業性的商業資訊周刊更是高難度的工作，但我們仍然組織起來，以有點驚人的熱情和自信把自己「上了市」。

●挑戰●

因為我們想試探一些可能（台灣的雜誌、報紙只能是聳動的作業方式嗎？），我們想通過一些挑戰（嚴謹的、內斂的商業新聞能立足嗎？），我們想追求一些結果（媒介與讀者的互信互賴可以改造社會嗎？）。

你所看到的《商業周刊》就是這樣的來歷，你所拿到的叢書也是同樣的背景。我們不知道自己是否可以成為最被信賴的媒體工作者，我們只希望夠誠懇，二十年後面對自己的作品仍可以不感覺太慚愧。

推薦者的話

曾恩明

保險行銷雜誌總經理

『推銷的意義在於各得所需』。商品本身呈現各種不同的利益；客戶更是三教九流、層面不一；業務員如何結合商品與客戶，本身除了必需具備高度的智慧、豐富的見識及靈敏的反應，同時要配合自我的包裝、不懈的毅力才能拓展業務，超越巔峰！

本書作者是一位經驗豐富，技能高超的業務前輩，以他多年從事推銷工作的經驗累積，再經由譯者平實貼切的文筆，不僅提供國內讀者一條自我成長、自我充實的捷徑，同時也引導讀者邁向成功。

好書之所以被稱為好書，乃在於它能引起共鳴、啟發創新。閱讀過本書後，可以很清楚的明白從事銷售工作應有的態度和方法。相信對於從事銷售的工作者必有很大的助益，值得推薦。

推薦者簡介：

曾恩明，從事保險工作十二年，歷任壽險業務員、股長、處長、專員、課長、經理，曾獲壽險工會表揚，通過美國 (CIMA) 協會壽險管理師考試，獲壽險管理師 (CIMA) 資格，現任廣場文化公司及保險行銷雜誌社總經理，著作：『天生贏家』一書。

周由賢

美商如新 (Nu Skin) 公司總經理

長久以來，由於受到中國傳統「士農工商」階級思想的限制，「推銷」一直不被社會大眾所重視。事實上，推銷是供需上非常重要的行為，它是滿足社會上種種需求的重要媒介。充滿活力的推銷活動，更是台灣經濟奇蹟幕後不可或缺推動力量。

今天雖然重士輕商的觀念已轉淡，但「推銷」仍難免被誤解為不需要專長即可勝任的工作。事實上，以個人二十年來浸淫行銷工作的經驗，

今天雖然重士輕商的觀念已轉淡，但「推銷」仍難免被誤解為不需要專長即可勝任的工作。事實上，以個人二十年來浸淫行銷工作的經驗，深深感覺到，要訓練優秀的行銷人員，十倍難於訓練其他專業領域的人員。因此台語有句俗諺說：「生意仔難生。」

在此背景下，喜見「推銷最樂」一書的問世。它除了詳盡介紹成功致勝的推銷技巧外，與一般書籍不同的是，它特別深入淺出地剖析推銷員的心理建設，而這又是推銷工作中最難却又最必要的。套句直銷界常說的一句話：「好東西要與好朋友分享」，「推銷最樂」是每位推銷員在跨出第一步前必看的一本好書。

推薦者簡介：

周由賢，現任美商如新公司總經理，曾任3M行銷業務經理（11年）、美商安麗行銷業務經理（4年）、國際公關公司總經理（4年）。



統健實業公司經銷商統帥系統負責人

完美的推銷就是一種藝術，優秀的推銷員就像一位人際藝術家，針對不同的產品、差異的環境、形形色色的顧客、各具特色的個性，要做最適切的開場、導引、介紹、充分讓顧客了解產品，創造彼此間和諧氣氛，以利締結，創造業績，堆累成就。

我很喜歡作者所說的：「就像醫生為人治病，律師為人排解糾紛一樣，推銷員則為世人帶來健康、幸福與和諧的服務。」「推銷最樂」所強調的積極進取精神、推銷技巧重點，正是成為一位頂尖推銷員所必須學習、修鍊的。

推薦者簡介：

現任統健實業公司經銷商統帥系統負責人、錦辰企業有限公司總經理、華育企管顧問文化公司講師，曾任台北市國際青年商會會長。

目錄

■《商業周刊叢書》出版的話

■推薦者的話

■作者的話

第一篇 讓我們以推銷專業爲傲

一三

- 1 「推銷」，一個不高級的字眼？ 一五
- 2 爲什麼要做推銷員？ 二一
- 3 推銷工作具有科學性 二七
- 4 跨出第一步 三一
- 5 訓練組織力 四一
- 6 設定可及的目標，努力完成！ 四五

第二篇 全力以赴向前走

五一

- 7 克服第一步的恐懼 五三
- 8 友善親切的態度 五七
- 9 穿著應得體而具個人風格 六三
- 10 善用直覺 六九
- 11 握手的奧妙 七三
- 12 面對面接觸 七九
- 13 打破僵局 八五

第三篇 拿下業績

八九

- 14 深入了解顧客 九一
- 15 眼見爲憑 九七

16 學會傾聽 一〇一

17 學會表達熱誠和展示技巧 一〇五

第四篇 賣出去！不要只是報價 一一三

18 做個「推銷」員，而不是銷售員 一一五

19 漸進式推銷 一二五

20 主動助人，創造銷售 一二九

21 站在顧客的立場做推銷 一三五

第五篇 必須成交，才有收入 一三九

22 如何做成交易？ 一四一

23 保持沉默 一四九

24 不要爭辯，顧客永遠是對的 一五三

25	利用顧客的「異見」完成交易	一五七
26	起死回生推銷術	一六七
27	永遠記得向顧客要相關名單	一七三
28	二度拜訪顧客	一七九
後語	向前走，不要回頭	一八三

我寫這本書的目的，是希望所有讀者都有機會運用書裡的技巧，增加銷售業績，獲得升遷，賺更多錢！讓個人的生活更多采多姿。

奧爾(J.T.Auer)